



Heidi Ahvensalmi

PIENYRITYKSEN KOTISIVUJEN KÄYTTÖÖNOTTO

PIENYRITYKSEN KOTISIVUJEN KÄYTTÖÖNOTTO

Heidi Ahvensalmi

Opinnäytetyö

Syksy 2012

Tietojenkäsittelyn Koulutusohjelma

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn ko., digitaalinen media

Tekijä: Heidi Ahvensalmi

Opinnäytetyön nimi: Pienyrityksen kotisivujen käyttöönotto

Työn ohjaaja: Jukka Karlström

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: syksy 2012

Sivumäärä: 40 + 4 liitesivua

Opinnäytetyössä käsitellään pienyrityksen kotisivujen käyttöönotossa huomioon otettavia asioita. Työn lopussa vertaillaan viittä kotisivuohjelmaa, joiden käyttäminen ei vaadi toimeksiantajan pyynnön mukaisesti koodaustaitoa. Kotisivujen teko-ohjelmien vertailuun on sisällytetty myös yritykselle sopimattomia ohjelmia, jotta vertailussa tuotaisiin ilmi myös ohjelmien epäkohtia. Vertailtavat kotisivuohjelmat on päätetty yhdessä ohjaavan opettajan kanssa.

Toimeksiantajana oli taivalkoskelainen tilitoimisto Etappina Oy. Opinnäytetyön tavoitteena on siis selvittää pienyrityksen internetsivujen perustamisen vaiheita, ja esittää ehdotuksia kotisivuohjelmista.

Opinnäytetyössä käsitellään myös ulkoasua, sisältöä ja rakennetta, mutta painopiste on muissa yrityksen internetsivujen perustamisessa huomioon otettavissa asioissa. Näitä ovat muun muassa domain nimi, tekijänoikeudet ja kotisivujen hyödyntäminen yrityksen markkinointiväylänä.

Työn alussa asetetut tavoitteet saavutettiin ja aikataulussa pysyttiin. Toimeksiantajan kanssa on oltu yhteydessä työn edetessä ja hänen näkemyksensä on otettu huomioon tekstiä laatiessa. Uskon, että opinnäytetyö on heille – ja miksei muillekin pienyrityksille – hyödyllinen ja siitä on apua kotisivujen perustamisessa.

Asiasanat: pienyritys, kotisivu, kotisivupalvelin, kotisivuohjelma, kotisivut markkinoinnissa

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree Programme in Information Technology

Author: Heidi Ahvensalmi

Title of thesis: The introduction of a small business website

Supervisor: Jukka Karlström

Term and year when the thesis was submitted: autumn 2012

Number of pages: 40 + 4

This thesis deals with the introduction of a small business website to consider. At the end of comparing five home program, the use of which does not require any client request in accordance with the coding skills. Website award programs are also included to compare unsuitable programs so that the comparison would be brought out of the programs shortcomings. Compared home programs have been settled in consultation with the supervising teacher.

The applicant was the accounting company Etappina Oy from Taivalkoski. Aim of this study is to clarify a small business website creation steps, and show suggestions for website programs.

This thesis deals with the layout, content and structure, but the focus is on the other company's website taken into account at the establishment matters. These include, among other things, the domain name, copyright and web site use of the company's marketing route.

Work at the beginning of the objectives set by and the schedule was kept. The applicant has been in contact with the work progresses, and his views have been taken into account in drafting the text. I believe that the thesis is for them - and why not other small businesses - a useful and will help with the establishment of the website.

Keywords: small business, website, website server, website program, website use of the company's marketing route

Sisällys

TIIVISTELMÄ	3
ABSTRACT	4
1 JOHDANTO	6
2 ALUSTA ALKAEN	7
3 SISÄLTÖ JA ULKOASU.....	8
4 KOTISIVUT YRITYKSEN MARKKINOINTI VÄYLÄNÄ	10
4.1 Hakukoneoptimointi	11
4.2 Sosiaalinen media.....	14
4.3 Kävijäseuranta	17
4.4 Palautelomake kotisivuilla.....	18
5 INFRASTRUKTUURI	19
5.1 Webhotellit ja pilvipalvelut	19
5.2 Domain nimi	21
7 TEKIJÄNOIKEUDET KOTISIVUILLA	23
8 ERI KOTISIVUOHJELMIEN VERTAILUA	25
8.1 Nettisivu.org.....	25
8.2. Kotisivukone.fi.....	30
8.3. Webbisivu.com.....	32
8.4 Kotisivuni.org.....	33
8.5 Suntuubi.com	35
9 POHDINTA	36
LÄHTEET	38

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä perehdytään pienyrityksen kotisivujen käyttöönottoon, sen eri vaiheisiin ja haasteisiin. Lisäksi opinnäytetyössä vertaillaan viittä eri kotisivuohjelmaa, jotka päätettiin yhdessä ohjaavan opettajan kanssa. Opinnäytetyössä on toimeksiantajan pyynnöstä sivuutettu kaikki sellaiset kotisivuohjelmat, joissa joutuisi koodaamaan. Toimeksiantajalle on tärkeää, että he voivat itse ylläpitää verkkosivujaan ilman koodaustaitoa. Lisäksi toiveissa oli ohjelma, jossa on suomenkielinen käyttöliittymä.

Toimeksiantaja on vuonna 1977 perustettu taivalkoskelainen tilitoimisto Etappina Oy. Sain tämän opinnäytetyön aiheen ollessani kyseisessä paikassa harjoittelussa kesällä 2012. Tilitoimiston nykyiset www-sivut osoitteessa www.etappina.fi. Sivut ovat mainostoimiston tekemät ja niiden ylläpito tapahtuu Adobe Contribute –ohjelmalla. Adobe Contribute on kuitenkin turhan laaja ja monimuotoinen pienyrityksen käyttöön. Niinpä yritys on kiinnostunut kuulemaan muista vaihtoehtoista, joilla kotisivut voisi toteuttaa. Vertailussa on toimeksiantajan pyynnöstä otettu huomioon palautelomakkeen mahdollisuus. Työn painopiste on kuitenkin muussa kirjallisessa osassa, jossa käsitellään yrityksen kotisivujen perustamisen eri vaiheita.

2 ALUSTA ALKAEN

Kotisivujen perustamiseen liittyy monenlaisia kysymyksiä. Tässä kappaleessa käydään läpi pohdintoja, joita tulee miettiä ennen kotisivujen perustamista.

Ensimmäiseksi tulee järkeillä, mihin käyttöön kotisivut ovat tulossa. Kotisivuja suunnitellessa kannattaa laatia mielessään jonkinlainen visuaalinen näkemys tulevista sivuista. Tuleeko niistä laajat, moniosaiset ja paljon materiaalia sisältävät, vai riittävätkö jo hyvin yksinkertaiset sivut täyttämään yrityksen tarpeet? Mitä kaikkia asioita sivuilla halutaan tuoda ilmi? Millainen ulkoasu, rakenne ja sisältö tulevat olemaan (Kotisivukoulu 2011, hakupäivä 19.9.2012)?

Näitä asioita pohtiessa tulee vastanneeksi jo muihinkin kysymyksiin, kuten siihen, onko yrityksellä itsellään riittävät resurssit kotisivujen tekoon, vai täytyykö turvautua ulkopuoliseen apuun. Yhä teknistyvässä yhteiskunnassa löytyy helposti henkilöitä, jotka taitavat kotisivujen teon. Hyvällä tuurilla tällaisen henkilön löytää omasta yrityksestään. Joskus, varsinkin laajoja ja paljon vaativia sivuja suunnitellessa, täytyy kuitenkin kääntyä mainostoimiston tai muun vastaavanlaisen puoleen. Maksamalla ulkopuoliselle tekijälle sivujen toteuttamisesta säästyy paljon vaivalta, mutta kustannuskysymykset voivat olla usein esteenä varsinkin pienemmille yrityksille. Hinnat vaihtelevat alalla suuresti ja voivat korkeimmillaan nousta jopa useisiin tuhansiin euroihin.

Suuri ongelma sivujen perustamisessa on varsinaisen kotisivuohjelman valinta. Teettäessä sivut ulkopuolisella ongelmalta välttyy, mutta yleensä sivujen tilaajalla ei ole paljoa sananvaltaa siihen, millä ohjelmalla sivut toteutetaan. Tämä voi tuottaa ongelmia varsinkin silloin, jos tarkoitus on jatkossa itse päivittää ja ylläpitää kotisivujaan. Tässä tapauksessa kannattaakin pyytää perehdytys kotisivuohjelman käyttöön. Kannattaa kuitenkin huomioida, että jotkut yritykset voivat ottaa perehdytyksestä lisämaksun. Lisäksi täytyy tarkistaa miten paljon kotisivutilasta joutuu jatkossa maksamaan, mukaan lukien muunmuassa palvelintilan, eri ominaisuudet ja domain nimen. (Valkeinen 2011, hakupäivä 18.9.2012)

Mikäli kotisivut päättää tehdä itse, voi joko ostaa ohjelman tai hyödyntää internetin laajaa tarjontaa. Kotisivujen perustamisen eri osioita ja vaihtoehtoja käsitellään tässä opinnäytetyössä tarkemmin seuraavissa luvuissa.

3 SISÄLTÖ JA ULKOASU

Internet ja yrityksen kotisivut ovat nykyaikana usein ensimmäinen kontaktipinta asiakkaisiin. Yrityksen tulee miettiä, mikä on sen tavoite kotisivuillaan. Halutaanko kotisivuilla nimenomaan uusia asiakkaita, vai tahdotaanko antaa yleistä tietoa yrityksestä? Tällaisia ja monia muita kysymyksiä tulee pohtia sisältöä suunnitellessa. Hyvä sisältö tähtää tavoitteen toteuttamiseen. Toki kotisivuilla voi ja tuleekin olla tietoa esimerkiksi yrityksen historiasta ja sen työntekijöistä, mutta niin sanotut tärpit kannattaa miettiä tarkasti ja niitä soveltaa tarkoituksen mukaan. Etusivu ratkaisee kotisivuilla paljon: sen tarkoitus on herättää sivujen selaajan mielenkiinto. Etusivulla voi olla esimerkiksi lyhyt ja ytimekäs arvolupaus, sen sijaan että siltä löytyisi yrityksen pitkä ja monimuotoinen historia. Tärkeää on herättää mahdollisen asiakkaan mielenkiinto välittömästi, joten etusivun sisältö tulee harkita huolella.

Muilla sivuilla voidaan taas kertoa tarkemmin palveluista, henkilöstöstä, yrityksen historiasta ja muusta aiheeseen liittyvästä. Sisältö riippuu siitä, mikä on yrityksen kotisivujen tavoite. Sivuille on olennaista liittää selkeästi yhteystiedot, jotta kiinnostuneet asiakkaat voivat ottaa yhteyttä.

Tärkein elementti kotisivuilla on niiden sisältö. Sisältöä tulee muistaa päivittää, sillä vanhentunut tieto kotisivuilla antaa yrityksestä negatiivisen kuvan. Kotisivujen lukija olettaa saavansa sieltä ajankohtaisen ja paikkaansa pitävän tiedon. Esimerkiksi henkilöstön sen hetkinen kokoonpano voi tuntua asialta mitä ei tarvitse kotisivuille aina päivittää, mutta todellisuudessa ajantasaisen tiedon löytyminen on erittäin tärkeää. Asiakas voi pahimmillaan kokea tulleen huijatuksi, mikäli sivulla on virheellistä tietoa (Wuorisalo. 2009, hakupäivä 18.9.2012).

Myös ulkoasuun tulee panostaa, sillä laadukas ulkoasu viestii yrityksen luotettavuudesta. Sen tulee olla selkeä, helposti tulkittava ja sen tulee herättää mielenkiintoa. Mikäli sivusto on sekava ja täynnä mainoksia, ei nykyajan kiireinen ihminen sitä jää kauaksi aikaa tutkimaan. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että kaikkien alan sivustojen tulisi olla tehty saman kaavan mukaan. Parhaimmillaan erikoisempi ulkoasu jää mahdollisen asiakkaan mieleen positiivisesti ja hän tulee ottamaan myöhemmin yhteyttä.

Mieleenpainuva ulkoasu ei kuitenkaan tarkoita, että sivustolla täytyisi olla paljon kuvia ja animaatioita. Hyvinkin yksinkertainen ulkoasu voi herättää kiinnostuksen, mikäli se palvelee tarkoitustaan. Tärkeää on, että sivuston eri elementit sopivat yhteen. Jos

fontin väri hukkuu taustan väriin, harva kävijä jaksaa alkaa lukea tekstiä (MVnet 2009, hakupäivä 29.10.2012).

Miellyttävästä visuaalisesta ilmeestä seuraa positiivisia asioita. Kävijä luultavasti haluaa viettää enemmän aikaa sivuilla, ymmärtää paremmin sivuston tarkoituksen ja saa sivustosta luotettavan kuvan. Toki miellyttävään visuaaliseen ilmeeseen vaikuttavat myös asiat, joihin ei sivujen tekijä voi vaikuttaa, kuten esimerkiksi kävijän henkilökohtaiset mieltymykset (Elite Online 2011, hakupäivä 29.10.2012).

Eräs usein ilmenevä haaste kotisivujen tekemisessä on selainongelmat. Voi nimittäin olla, että vaikka kotisivut toimisivat täydellisesti yhdellä selaimella, ne eivät toimikaan samoin toisella. Tämän vuoksi on tärkeää testata kotisivujen toimivuus useammalla selaimella. Vaikka Internet Explorer on maailman käytetyin selain, varsinkin sen kanssa on usein ongelmia. Ongelmat liittyvät yleensä elementtien asetteluun, eli internetselain voi siirrellä esimerkiksi palkkeja ja kuvia eri paikkoihin kuin minne sivujen laatija on ne tarkoittanut. Tämä on varsinkin koodattavien sivujen ongelma – valmiilla pohjilla tehtävillä sivuilla, mihin koodia ei tarvita, ei useinkaan tarvitse tuskaila selainongelmien kanssa (Korpela 2009, hakupäivä 18.9.2012).

Loppuun vielä esimerkki huonoista kotisivuista: <http://www.pelulamu.net/pelulamu/>
Tämä sivusto on tarkoituksella luotu esimerkiksi siitä, miten kotisivuja ei tulisi tehdä.

4 KOTISIVUT YRITYKSEN MARKKINOINTI VÄYLÄNÄ

Markkinoinnin tärkein tavoite on saada asiakas ostamaan tuote tai palvelu juuri kyseiseltä yritykseltä. Tärkeää on myös asiakkaan pitäminen, eli se, että asiakas luottaa myös jatkossa kyseisen yrityksen palveluihin. (Palosaari J. 2011 Internet markkinoinnin ja mainonnan työkaluna, opinnäytetyö)

Tänä internetaikakautena kotisivut ovat suorastaan perusedellytys markkinoinnille. Voisi suorastaan sanoa, että yritys on olemassa vasta sitten kun se löytyy verkosta (Jyrkinen 2011, hakupäivä 17.10.2012). Yrityksen kotisivujen visuaalisen ilmeen tulee olla kohdallaan, sillä jo se viestittää asiakkaalle paljon. Asiakkaat muodostavat helposti mielipiteensä yrityksestä sen kotisivujen perusteella. Kotisivujen visuaalisen ilmeen sekavuus voi nykyaikana vaikuttaa yllättävän paljon asiakaskunnan määrään.

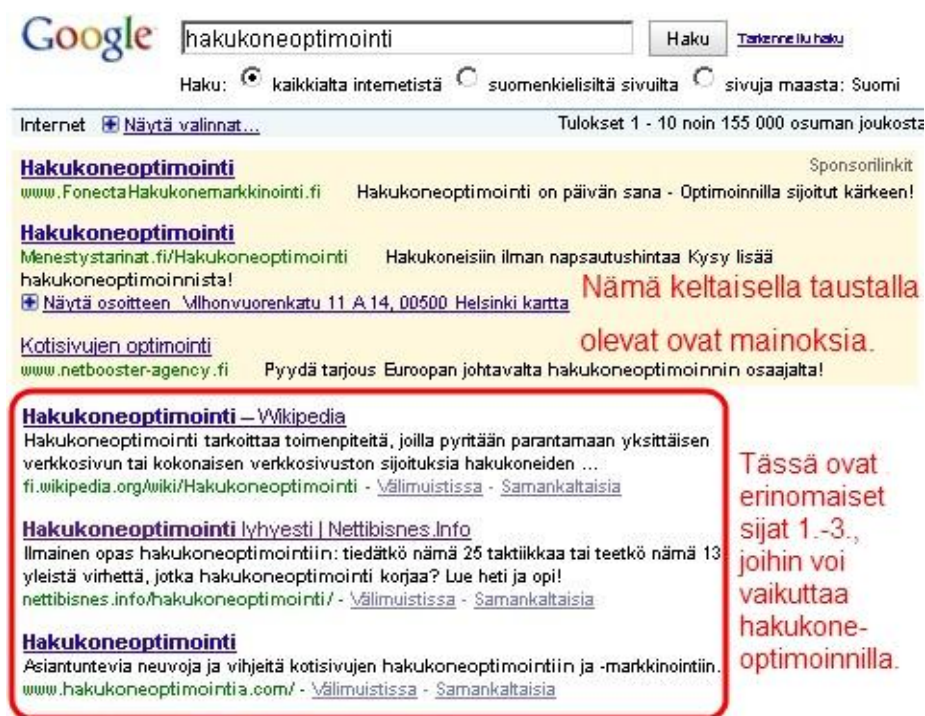
Kotisivuilla tulee kertoa ennen kaikkea se, mitä palveluita yritys tarjoaa asiakkailleen ja lisäksi yhteystiedot kontaktia varten. Olennaisten asioiden tulee olla löydettävissä nopeasti ja helposti – ei monen linkin taakse piilotettuna (Really Helsinki 2011, hakupäivä 15.10.2012).

Yrityksestä ja asiakaskunnasta riippuen tulee pohtia, mikä saa asiakkaat kiinnostumaan juuri nimenomaisesta yrityksestä. Se voi olla esimerkiksi mieleenpainuva arvolause, taikka vuosikausien rautainen kokemus, joka tuodaan ilmi kotisivuilla.

4.1 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, joiden avulla hakukoneet löytävät tietyt sivustot. Sivuston optimointi parantaa sivuston näkyvyyttä hakukoneessa, jonka tarkoituksena on taas saada sivusto hakukoneen listojen kärkeen. Oman yrityksensä nettisivua optimoitaessa valitaan sellaisia sanoja, joiden uskotaan tavoittavan yrityksen kannalta arvokkaat kävijät.

Usein hakukoneoptimointi tarkoittaa samaa kuin Googlea varten optimointi, sillä Google on länsimaissa ylivoimaisesti suosituin ja lisäksi tällä hetkellä kehittynein hakukone. Google tarjoaa mahdollisuuden nostaa oman yrityksen nettisivut ensimmäisten hakutulosten joukkoon, kun internetin käyttäjä kirjoittaa Googleen tietyt hakusanat. Tämä on näppärä markkinointikikka varsinkin yrityksille, joiden paikkakunnalla käydään kilpailua asiakkaita useiden yritysten välillä.



Kuva 1 Hakukoneoptimointi lyhyesti (hakupäivä 12.11.2012)

<http://nettibisnes.info/hakukoneoptimointi/>

Kuvassa näkyvät kolme ensimmäistä sijaa keräävät suurimman osan hakijoiden klikkauksista. Lisäksi Google tarjoaa mahdollisuuden mainostaa sivujaan rahallista korvausta vastaan, jolloin sivusto nousee kuvassa keltaisella taustalla näkyvälle alueelle (Raittila 2011, hakupäivä 1.10.2012).

Hakukoneoptimointia suunnitellessa tulee ensimmäisenä miettiä oikeat hakusanat eli millä avainsanoilla mahdolliset asiakkaat etsivät juuri kyseisiä palveluita? Google tarjoaa avainsanojen keksimiseen jopa oman työkalun: Google AdWordsin. Kyseinen ohjelma tarjoaa pienellä vaivalla pitkän listan sanoja, jotka voisivat soveltua juuri kyseisen yrityksen hakukoneoptimoinnin avainsanoiksi (Google AdWords 2012, hakupäivä 11.11.2012; Google Inc, hakupäivä 11.11.2012).

Hakukoneoptimoinnissa voi hyödyntää myös metatageja. Metatagit ovat hakusanoja, joita kirjoitetaan sivuston koodiin hakukonenäkyvyyden parantamiseksi. Sanat voivat olla esimerkiksi yritykseen liittyviä hakusanoja, joiden uskotaan parantavan hakukonenäkyvyyttä ja mahdollisesti tuovan lisää asiakkaita.

Tästä osa-alueesta kuitenkin kiistellään jatkuvasti. Esimerkiksi Googlen väitetään ohittavan metatagit kokonaan, sillä koodiinhan voi periaatteessa kirjoittaa mitä vain tageja, jotka eivät välttämättä edes liity sivustoon mitenkään. Kiistelyn aiheena on myös se, miten metatagit tulisi sivuille kirjoittaa: joidenkin mielestä ne tulee erottaa pilkulla, kun taas toiset suosivat välilyöntiä, eräät molempia (Lepola 2010, hakupäivä 11.11.2012). Metatageja voi kuitenkin käyttää halutessaan, sillä eihän niistä haittaakaan ole. Yleensä tageihin listataan sivuston tärkeimmät hakusanat synonyymeineen.

Varsinkin nettikaupat suosivat metatageja tuotekuvauksissaan, jotta haulla löydetään oikeat tuotteet. Tämä tarkoittaa käytännössä esimerkiksi sitä, että tuotekuvauksen taakse kirjoitetaan lista tuotteen synonyymeja tai muita hakua helpottavia avainsanoja. (Vilkas Group 2012, hakupäivä 11.11.2012).

Meta Description on sivustolle kirjoitettava kuvaus, joka tulee näkymään hakukoneen tuloksissa otsikon alapuolella. Siihen voi kirjoittaa esimerkiksi yrityksen kuvauksen tai myyvän mainoslauseen, joka huutaa kyseisen palvelun etsijälle ”Klikkaa minua!”. Tämän avulla voi sivustosta tehdä houkuttelevamman. Meta Description ei siis sinänsä auta hakutulosten sijoituksessa, vaan luo hakukonetuloksesta houkuttelevamman (Tulos 2012, hakupäivä 12.11.2012).

Saunan lauteet ja laudepaketit | Saunavision

Yksilölliset **saunan lauteet** ja laudepaketit toimitettuna valmiina pakettina. Tilaa nyt suomalaiselta Saunavisionilta!

www.saunavision.fi/tuotteet/laudepaketit/ - [Valimuiistissa](#) - [Samankaltaisia](#)

Googlen hakutulos hakusanaparilla "Saunan lauteet". Meta descriptionin lopussa kehotetaan toimintaan.

Kuva 2 Hyödynnä sivustosi sisäänheittäjät (hakupäivä 11.11.2012)

<http://www.tulos.fi/artikkelit/hyodynnä-sivustosi-sisaanheittajat-title-ja-meta-description/>

Etappina Oy voisi hyödyntää hakukoneoptimointia ja metatageja, mikäli ne koetaan yrityksen markkinoinnin kannalta hyödyllisiksi. Nämä toiminnot voivat olla hyödyllisiä myös pienen paikkakunnan yritykselle.

4.2 Sosiaalinen media

Käsitteenä sosiaalinen media on erittäin joustava. Joillekin se tarkoittaa pelkkää Facebookia, toisille taas paljon enemmän. Laajasti ilmaistuna sosiaalisen median voisi määrittää olevan mitä vain käyttäjien tuottamaa sisältöä, joka on julkaistu internetissä. Käsitteeseen liitetään vahvasti interaktiivisuus ja vuorovaikutteisuus käyttäjien välillä (Eskelinen M. 2009 Sosiaalinen media business to business-markkinoinnissa, opinnäytetyö). Se ei siis ole tavanomainen yksisuuntainen media, kuten esimerkiksi televisio, jonka sisältö on tuotettu ammattilaisten käsissä (Markkinointia.fi 2012, hakupäivä 1.10.2012).

Sosiaalisen median työkalut toimivat myös yrityskäytössä. Niiden avulla voi tehostaa tiedon ja osaamisen hallintaa ja ne sopivat lähes mille toimialalle tahansa. Esimerkiksi yhteisen virtuaalisen työtilan avulla koko henkilöstö voi osallistua uusien innovaatioiden tuottamiseen. Varsinkin isoissa yrityksissä tällaisen virtuaalisen työtilan luominen voi ratkaista ongelmia ja kehittää työntekijöiden yhteistyötä, kun parhaimmillaan yrityksen työntekijät työskentelevät eri puolilla maailmaa. Yksi yhteinen Internetissä toimiva työtila siis saattaa työntekijät yhteen ja parantaa yhteenkuuluvuuden tunnetta. Selvin hyöty syntyy varsinkin projektitöiden yhteydessä.

Muualla maailmassa sosiaalista mediaa on jo alettu hyödyntämään yrityksissä. Suomessa se on kuitenkin vielä lapsen kengissä. Suurimman ongelman muodostaa pelko. Yrityksissä pelätään sosiaalisen median käyttöönoton tuottavan virheellistä tietoa tai murtavan tietoturvan – tokihan kahvipöytä keskustelut yrityksen tiloissa luovat aivan erilaista turvaa, kuin tietokoneen ja Internetin takana oleva keskustelupalvelu. Kannattaa kuitenkin huomata, että useassa yrityksessä jo käytetään sosiaalista mediaa, kuuluvathan sen piiriin periaatteessa myös Intranetit ja sähköpostit. Tämä seikka jää usein huomioimatta johtuen lähinnä siitä, että Facebook ja Twitter jyräävät alleen muut sosiaaliseen mediaan kuuluvat osa-alueet. Sosiaalinen media yrityskäytössä herättää joka tapauksessa yhä enemmän mielenkiintoa. Ei kuitenkaan ole tarpeen mukaista ottaa sitä käyttöön, mikäli tuloksena on vain ”yksi työtehtävä lisää” (Nikulainen 2008, hakupäivä 1.10.2012).

Mutta miten muuten yritykset voisivat hyödyntää sosiaalista mediaa? Avainsana on markkinointi. Mutta vaikka sosiaalinen media avaa uusia ovia yrityksen markkinoinnille, täytyy ennen markkinoinnin aloittamista tuntee sen pelisäännöt – ne poikkeavat massamediasta. Markkinointia.fi:n artikkelissa koskien sosiaalista mediaa huomautetaan ensimmäiseksi, että sosiaalinen media ei ole ihmälääke. Se ei tee

yrittäjien palveluista kiinnostavampia, eikä markkinointi sosiaalisessa mediassa ratkaise markkinoinnin ongelmia automaattisesti. Sosiaalisen median voi kuitenkin kytkeä markkinoinnin osaksi, mutta se edellyttää uusien ajattelu- ja toimintamallien omaksumista. Lisäksi tulee varautua muunmuassa monipuolisten digitaalisten sisältöjen tuottamiseen ja julkaisemiseen sekä keskusteluihin osallistumiseen (Markkinointia.fi 2012, hakupäivä 1.10.2012).

Markkinoinnissa on aina kyse asiakassuhteiden luomisesta ja hoitamisesta. Täytyy tavoittaa oikeita ihmisiä ja rakentaa heidän kanssa luottamuksellinen suhde. Tässä suhteessa markkinointi sosiaalisessa mediassa on samankaltaista kuin muukin markkinointi.

Sosiaalisessa mediassa on tärkeää olla läsnä. Yritys unohtuu nopeasti, mikäli se ei tarpeeksi usein päivitä tietoja itsestään. Tämä luo helposti haastavuutta, mikäli yritys ei koe minkään viimeaikaisen tapahtuman olevan päivittämisen arvoista. Yritys voi kuitenkin muistuttaa itsestään hyvin yksinkertaisilla päivityksillä, kuten muistuttamalla seuraajiaan yrityksen palveluista tai vaikkapa toivottamalla hyvää joulua.

Sosiaalinen media voi myös toimia asiakassuhteiden hoitamisessa. Enää ei ole harvinaista, että yrityksen henkilöstö juttelee asiakkaidensa kanssa sosiaalisessa mediassa ja ratkaisee heidän ongelmiaan. Avainsana on edelleen interaktiivisuus. Sosiaalinen media voidaankin nähdä eräänlaisena laajennuksena yrityksen verkkosivuihin. Verkkosivuista poiketen sosiaalisen median käyttäjän tulee kuitenkin olla valmis osallistumaan keskusteluihin ja muuhun toimintaan.

Sosiaalinen media voi parhaimmillaan muodostaa yhtä luonnollisen ja arkipäiväisen osan elämäämme kuin kännykkä tai sähköposti (Markkinointia.fi 2012, hakupäivä 1.10.2012). Pienellä paikkakunnalla toimivat yritykset tosin luovat asiakaskuntansa yleensä vielä perinteisin keinoin, eikä sosiaalisen median käyttö ole välttämätöntä.



Kuva 3 Sosiaalinen media (hakupäivä 1.10.2012) <http://www.markkinointia.fi/markkinointi-20/markkinoinnin-muutos/uudet-valineet/sosiaalinen-media.html>

4.3 Kävijäseuranta

Kävijäseuranta tarkoittaa nettisivujen kävijämäärän tilastointia ja tutkimista. Siitä saatavaa tietoa hyödynnetään muunmuassa verkkosivujen kehittämisessä ja markkinointisuunnitelmissa. Suosittu kävijäseurantapalvelu on ilmainen Google Analytics, joka tarjoaa käyttäjälleen hyvin laajan tietomäärän sivuston vierailijoista.

Kävijäseurantaohjelmat näyttävät yleensä ainakin seuraavia tietoja kävijöistä:

- Vierailijoiden, vierailuiden ja sivunlatausten määrä
- Suosituimmat sivut sekä niiden näyttökerrat
- Kävijöiden tuloreitit (hakukoneista, suoraan, linkeistä ym.)

(Analytics.fi. 2011, hakupäivä 14.11.2012).

En kuitenkaan usko kävijäseurannan olevan tarpeellinen pienyrityksen kotisivuille. Asiakaskunta ei ole niin runsasta tai laajalta alueelta tulevaa, että kotisivujen kävijäseurannasta olisi varsinaisesti hyötyä.

4.4 Palautelomake kotisivuilla

Palautelomake voidaan useilla kotisivuohjelmilla toteuttaa helposti ja nopeasti valmiiden mallien avulla. Lisäksi se on myös mahdollista koodata kotisivuille. Useimmiten yritykset käyttävät palautelomaketta yhteydenottolomakkeena, jolla mahdolliset tulevat asiakkaat voivat esittää kiinnostuksensa ja vaikkapa pyytää tarjousta. Asiakkaiden palautelomakkeeseen kirjoittamat viestit toimitetaan yleensä suoraan yrityksen määrittelemään sähköpostiosoitteeseen. Ongelmana kuitenkin on, että palautelomakkeet on vaikea suojata lomakeroskapostilta.

Roskapostirobotit kiertelivät Internetissä ja etsivät suojaamattomien sähköpostiosoitteiden lisäksi myös suojaamattomia palautelomakkeita. Tällaisen löytäessään ne lähettävät palautelomakkeen kautta mainoksia ja muuta roskapostia. Vaikkei sähköpostia mainittaisikaan muuten kotisivuilla, se ei kuitenkaan estä roskapostin tulemistä (Valkeinen 2011, hakupäivä 22.11.2012).

Suosittu tapa välttää roskapostin tuleminen on asettaa palautelomakkeen yhteyteen kuvatunnistus eli Captcha. Tämä tarkoittaa, että lomakkeen lähettäjän on kirjoitettava kuvassa näkyvä teksti erilliseen palkkiin todistaakseen, ettei ole roskapostirobotti. Yleensä kuvantunnistuksessa näytetään käyttäjälle kirjaimia jotka muuttuvat aina sivun päivittämisen yhteydessä. Käyttäjän täytyy tunnistaa ne ja kirjoittaa ne oikein kuvan yhteydessä olevaan palkkiin. Tämäkään menetelmä ei kuitenkaan ole aukoton, sillä roskapostirobotit kehittyvät kokoajan ja voivat nykyään jo helposti lukea yksinkertaisia tunnistuskuvia (Google Inc. 2012, hakupäivä 22.11.2012).

Mikäli sivustolla on näkyvissä sähköpostiosoite, se kannattaa joko laittaa erillisenä kuvana tai korvata @-merkki kirjoittamalla se esimerkiksi muotoon (at). Tämän avulla roskapostirobotit eivät helposti tunnista sähköpostiosoitetta. Suosittu tapa on myös ilmoittaa yrityksen sähköpostiosoitteiden olevan muotoa etunimi.sukunimi@yritys.fi.

5 INFRASTRUKTUURI

5.1 Webhotellit ja pilvipalvelut

Webhotelli on palvelu, jossa asiakas vuokraa palveluntarjoajalta kiintolevytilaa esimerkiksi omia kotisivujaan varten. Palveluntarjoaja antaa asiakkaalle käyttöön perustyökalut kiintolevytilan ylläpitämiseen ja tarjoaa usein myös eri oheispalveluita, kuten esimerkiksi oman sähköpostiosoitteen. Webhotelliin saa yleensä liitettyä oman domain nimen eli verkkotunnuksen.

Yksinkertaisimmillaan webhotelli koostuu palvelintietokoneesta ja internet-verkkoyhteydestä. Mikäli webhotelliin on panostettu enemmän, sen ominaisuuksista löytyy lisäksi sähkönsyötön varmistukset ja jäähdytysjärjestelmä. Palvelimen suorituskyvyn varmistamiseksi voi reitittimiä ja kytkimiä olla useita.

Webhotellista riippuen asiakas voi päivittää kotisivujaan joko html-kielellä tai erityisellä sisällönhallinta järjestelmällä, jonka käytössä koodaustaidot eivät ole välttämättömyys. Usein asiakas saa myös erilliset FTP (File Transfer Protocol) tunnukset, jotta hän voi siirtää tiedostoja palvelimelle ja sitä kautta nettisivuilleen.

Webhotelleja on netissä tarjolla useita. Käyttäjän kannattaa perehtyä tarkasti webhotelliin ennen palvelun ostoa ja tutkia esimerkiksi erilaisia webhotellien vertailulistoja (Mustonen J. 2011 "Muuttaako pilveen?" : Tutkimus pilvipalveluista ja niiden sopivuudesta pienille ja keskisuurille ICT-alan yrityksille. Opinnäytetyö).

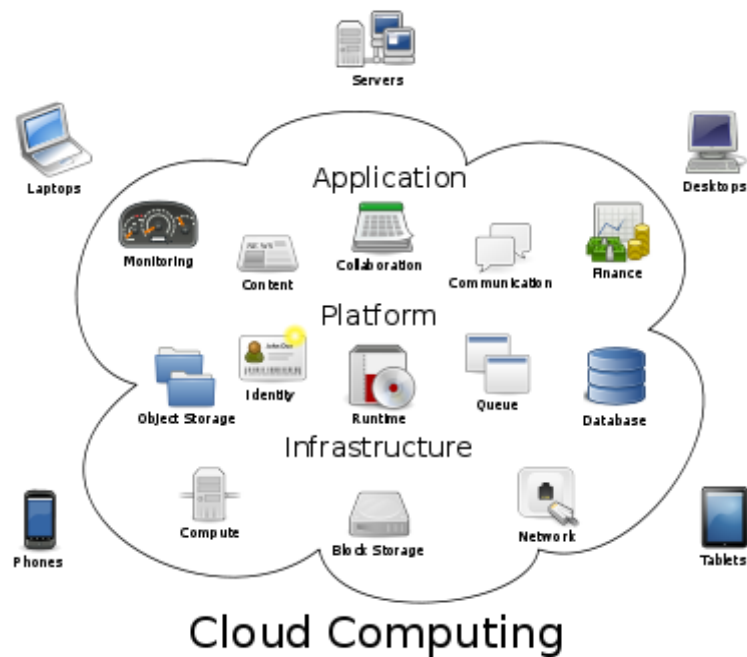
Pilvipalvelut ovat "pilvessä" tarjottavia palveluita. Nimitys tulee siitä, että internetaikakauden arkkitehtuurikuvissa internetiä kuvataan usein pilvisymbolin avulla. Pilvipalveluita käytetään yli internetin, joten kaaviossa palvelut tulevat tästä "pilvestä". IT-alalla termi on ollut vakiintunut, joskin hieman epämääräinen, jo pitkään.

Pilvipalveluiden hinnoittelu on yleensä kuukausikohtainen ja käyttäjämäärään perustuva. Muita kuluja ei juuri ole. Hintaan kuuluu ohjelmiston käyttöoikeus, IT-palvelu että käyttäjätuki. (Nebula Oy 2012, hakupäivä 18.9.2012)

Pilvipalveluiden tietoturva on usein herättänyt epäilystä ja nykyään tietoturvan arviointi on erittäin monivaiheinen prosessi. Pilvipalveluiden puolesta puhuu kuitenkin se, että niiden tietoturva on yleensä laadittu paljon mittavimmilla investoinneilla, kuin mihin

yksityisellä yrityksellä olisi mahdollisuuksia (Planeetta Palvelin Oy 2012, hakupäivä 18.9.2012).

Pilvipalveluissa on mahdollisuus, että tiedot tallentuvatkin ulkomaisille palvelimille. Esimerkiksi nykyään suuressa suosiossa olevan Microsoftin pilvipalveluiden Euroopan keskuskeskukset ovat Dublinissa ja Amsterdamissa. Se, että tiedot voivat tosiaan tallentua aivan toiseen maahan, kertoo paljon pilvipalveluiden laajuudesta (Arstila 2012, hakupäivä 20.9.2012).



Kuva 4 Cloud Computing (hakupäivä 18.9.2012) <http://www.omnigroup.com/>

5.2 Domain nimi

Domain nimi tarkoittaa verkkotunnusta, jota käytetään osoitteena internetin tärkeimmissä palveluissa. Domain nimet ovat lyhyitä, ytimekkäitä ja mieleenpainuvia. Esimerkiksi yrityksen nimi tai sen lyhenne on yleisesti käytetty domain yrityksen kotisivujen osoitteissa. Ääkköset kannattaa domain nimistä jättää pois, sillä kaikki järjestelmät eivät niitä tue (Netello Systems Oy 2012, hakupäivä 18.9.2012).

Meillä Suomessa .fi-päätteisten osoitteiden hallinnasta vastaa viestintävirasto. Fi-verkkotunnus on suomalainen ja luotettava. Suomen verkkotunnuslaissa suojataan rekisteröityjä yritysten nimiä ja tavaramerkkejä väärinkäytöksiltä. Domain nimeä voi hakea joko suoraan viestintävirastolta tai vaihtoehtoisesti eri palveluntarjoajien kautta, kuten webhotelleista. Näiltä palveluntarjoajilta saa lisäksi domain nimen edellyttämät nimipalvelimet, kotisivutilan sekä sähköpostipalvelun (Viestintävirasto 2012, hakupäivä 18.9.2012 ; Netello Systems Oy 2012, hakupäivä 18.9.2012).

Domain nimen eli verkkotunnuksen säädökset ovat seuraavanlaiset:

”Verkkotunnus myönnetään 15vuotta täyttäneille joilla on suomalainen henkilötunnus sekä kotikunta Suomessa. Lisäksi fi-verkkotunnuksia myönnetään Suomen kauppa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin merkityille

- yrityksille tai yksityisille elinkeinonharjoittajille
- suomalaisille julkisyhteisöille ja valtion liikelaitoksille
- julkisoikeudellisille laitoksille ja yhdistyksille
- vieraan valtion edustustoille.

Verkkotunnusta voi hakea vasta, kun rekisteröityminen kauppa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin on lopullinen. Pelkkä Y-tunnus tai se, että hakija on merkitty ainoastaan verohallinnon rekisteriin, ei oikeuta verkkotunnuksen hakemiseen.”

Haettava domain nimi ei saa loukata suojattuja nimiä tai merkkejä, olla loukkaava tai kehottaa rikokseen, eikä olla jonkun toisen henkilön etunimen ja sukunimen yhdistelmä. (Viestintävirasto 2012, hakupäivä 18.9.2012)

Viestintävirasto perii fi-verkkotunnuksesta verkkotunnusmaksun. Maksun suuruus riippuu verkkotunnuksen voimassaoloajan pituudesta. Keskimäärin maksu on Viestintävirastolta hankittaessa 10-12€ vuodessa, mutta lisäksi palveluntarjoajat laskuttavat omista palveluistaan heidän hinnastonsa mukaisesti (Viestintävirasto 2012, hakupäivä 18.9.2012).



Kuva 5 Verkkotunnus (hakupäivä 18.9.2012) <https://domain.fi/info/>

7 TEKIJÄNOIKEUDET KOTISIVUILLA

Tekijänoikeuslakiin ei usein kiinnitetä riittävästi huomiota kotisivuja tehdessä, vaikka laki koskee samalla tavoin Internetiä kuin painettujakin teoksia.

Tekijänoikeus suojaa kaikkia teoksia kunhan ne ylittävät teoskynnyksen, jonka ylittämiseksi teoksen on oltava riittävän itsenäinen ja omaperäinen. On kuitenkin kiistanalaista onko www-sivu itsessään teos. Sivujen ulkomuodon ja rakenteen määrittävät koodikielet ovat tekijänoikeuksien alaisia, mutta koska niiden tekijänoikeuksien haltijat ovat antaneet kaikille luvan käyttää niitä ilman korvausta, ei sivustoa pelkän koodin perusteella voi yleensä julistaa teokseksi. Kuitenkin joissain tapauksissa www-sivun kuvat, tekstit, ulkoasu ja asettelu muodostavat yhdessä niin omaperäisen taittokokonaisuuden, että teoskynnyksen voidaan katsoa ylittyvän. (Valkeinen 2011, hakupäivä 1.10.2012)

Www-sivujen kuvat ja tekstit ovat usein yksinään tekijänoikeuden alaisia. Valokuva on siitä erikoinen tuotoslaji, että sillä on aina oma erityissuojansa, vaikka teoskynnys ei ylittyisikään. Tästä syystä valokuviiin kannattaakin aina suhtautua suojattuna materiaalina. Valokuvia, kuten muitakin teoskynnyksen ylittäviä tuotoksia, voi kuitenkin kopioida yksityiseen käyttöön. Ei siis ole kiellettyä tulostaa netistä löytämänsä kuvaa ja ripustaa sitä seinälle, kuin ei myöskään ole kiellettyä laittaa sitä tietokoneen työpöydän taustakuvaksi. Sen sijaan toisen tekemän teoksen kopioiminen ja sen laittaminen julkisesti saataville edellyttää tekijän lupaa. Internetistä kuka vain voi löytää kuvia ja levittää niitä eteenpäin – voisi oikeastaan sanoa, ettei internetissä julkaiseminen ole ikinä yksityistä, vaikka sen tekisikin vain omilla sivuillaan. Toisaalta julkistaminen netissä ei kuitenkaan poista tekijänoikeutta tai tee teoksesta niin sanotusti vapaata riistaa. Internetissä olevia kuvia onkin varmintä kohdella aina teoskynnyksen ylittävinä (Korpela 2011, hakupäivä 1.10.2012; Tekijänoikeus.fi 2012, hakupäivä 1.10.2012).

Teksti puolestaan on teos silloin, kun se on jollakin tavoin persoonallinen ja omaleimainen. Suurin osa www-sivujen teksteistä on teossuojan alaista, näihin kuuluvat esimerkiksi blogikirjoitukset ja oppaat. Tekijänoikeuslaki ei suojaa tekstin välittämää tietoa, vaan tekstin muotoa. Esittäessä asian omin sanoin, ei siis riko tekijänoikeuslakia. Www-sivujen kirjoitusten sisältöä kannattaa joko vain lainata lyhyesti, tai pyytää sen kirjoittajalta lupa kopioimiseen. Lisäksi tulee muistaa merkitä lähteet (Valkeinen 2011, hakupäivä 1.10.2012).

8 ERI KOTISIVUOHJELMIEN VERTAILUA

Vertailuun on toimeksiantajan pyynnöstä valittu ohjelmat, jotka ovat suomenkielisiä eikä niiden käyttö vaadi koodaustaitoa. Vertailussa otetaan huomioon sivuston ja kotisivuohjelman yleinen selkeys, käyttöliittymä, ominaisuudet, hinta, asiakastuki sekä helppokäyttöisyys. Sivuston vierailijan on mahdollista saada selville millä kotisivuohjelmalla kotisivut on tehty, mikäli hän osaa lukea lähdekoodia.

8.1 Nettisivu.org

Nettisivu.org on suomenkielinen ilmainen ohjelma. Se tarjoaa käyttäjälleen helppokäyttöiset ja automaattisesti asennettavat nettisivut. Tilaa kotisivuilleen saa 200Mt:n verran, joka riittää varsin hyvin peruskotisivujen ylläpitämiseen palvelussa.

Kotisivullaan nettisivu.org ilmoittaa tarjoavansa seuraavat ominaisuudet:

- Hienon osoitteen muotoa: osoite.nettisivu.org
- Paljon hienoja, muokattavia ulkoasuja
- Oman domainin käyttö
- Graafinen sivueditori
- Header-kuvan vaihto
- CSS:n täydellinen muokkaus
- Sivupalkin kustomointi
- Uutiset
- Kyselyt
- Kalenteri
- Palautelomake
- Vieraskirja
- Täysin validi HTML-koodi
- Kuvanlataukset (200 megatavua)
- YouTube yms. videot
- Google Analytics
- Kotisivujen osoitteen vaihtaminen
- Foorumi kotisivuille (tulossa!)
- Päivittäiset varmuuskopiot
- Aina avoinna olevan tukifoorumin

Olen perehtynyt kyseiseen palveluun pidemmällä ajalla henkilökohtaisesti, sillä omat kotisivuni ovat kyseisessä palvelussa. Olen ollut tyytyväinen palveluun, mutta Wordpress-sisällönhallintaohjelmistoon siirtymisen jälkeen (kesällä 2012) ongelmana on silloin tällöin ollut sivujen kaatuminen. Sivut kyllä palautetaan nopeasti ja uskon, että ongelmaa hoidetaan, mutta yrityksen kannalta tällainen piirre kotisivuissa on ongelmallisempi. Pahimmassa tapauksessa yritys saattaa jopa menettää potentiaalisen asiakkaan, jos nettisivut eivät toimikaan juuri tietyllä hetkellä.

Nettisivu.orgissa on kuitenkin paljon hyviä puolia. Esimerkiksi nettisivujen teemojen muuttaminen on todella yksinkertaista. Palvelu tarjoaa valmiit teemamallit, ja niistä tulee vain valita mieleisensä – uusi ulkoasu sivuille on siis yhden klikkauksen päässä. Teemat toimivat oman kokemukseni mukaan ongelmitta, eli esimerkiksi elementit eivät mene sekaisin teeman muutoksesta. Nettisivu.orgin teemojen muuttaminen on siis myös turvallista, kun ei tarvitse pelätä siitä seuraavan suurta työmäärää. Valmiiksi asennettujen teemojen lisäksi palvelussa voi käyttää myös omaa CSS:ää, eli itse koodaamaansa teemaa. Teemaan voi lisätä myös oman otsakkeensa, eli yläpalkkinsa. Lisäksi sivupalkkien järjestystä voi muuttaa.

Nettisivu.org tarjoaa myös useita lisäominaisuuksia. Sivuille voi lisätä esimerkiksi Youtube-videoita, kalenterin sekä lisäksi Etappina Oy:n kannalta sen olennaisimman: palautelomakkeen. Palautelomakkeita on itse asiassa tarjolla kahdenlaisia. Ensimmäinen palautelomake on erittäin yksinkertainen eikä sen käyttöön otto vaadi muuta kuin aktivoinnin.

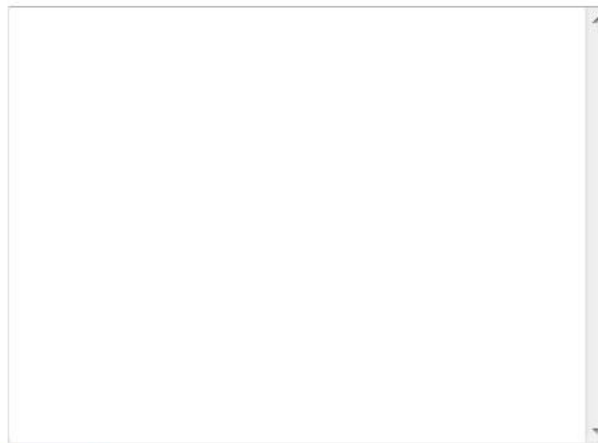
Palautelomake

Hei vierailija

Voit lähettää minulle viestin alla olevalla lomakkeella.

Kiitos viestistäsi!

Kirjauduttu sisään käyttäjänä [heirinrottala](#). [Kirjaudu ulos »](#)



[Lähetä »](#)

Vain tekstiä. HTML ei ole sallittu.

Kuva 6 Palautelomake (hakupäivä 27.11.2012) <http://www.nettisivu.org>

Palautelomake II on puolestaan tarkoitettu vaativimmille käyttäjille (liitteet1 ja 2). Sen ominaisuuksien avulla voi luoda juuri itsellensä mieleisen palautelomakkeen.

Palautelomakkeen sijasta sivuille voi laittaa halutessaan myös vieraskirjan. Vieraskirjan viestit julkisia ellei asetuksista toisin määritellä.

Nettisivu.org tarjoaa myös mahdollisuuden saada käyttöön oman domain nimen, mikäli käyttäjä ei halua osoitteen olevan muotoa yritys.nettisivu.org.

Ohjausnäköymä

Media

Linkit

Sivut

Ulkoasu

Lisäosat

Profiili

Työkalut

Asetukset

Yleinen

Etusivun asetukset

Media

Kotisivujen aihe

Kotisivujen osoite

Oma domain

Google Analytics

Extrat

Piilota valikko

Oma domain

VAROITUS!
Kenttään ei saa laittaa mitään noudattamatta ensin alla olevia ohjeita!
Virheelliset tiedot domain-kentässä estävät pääsyn sivuille.

Ohjeet oman domainin käyttöönottoon

- Osta itsellesi domain jostakin domaineja myyvistä palvelusta. Huomioi, että ilmaisdomainit (esim. tk) eivät kelpaa.
- Kirjaudu DOMAINISI hallintapaneeliin (eli sinne mistä domainisi on ostettu) ja muuta nimipalvelimet seuraaviksi:
 - 1. ns1.tupakkalakko.com
 - 2. ns2.tupakkalakko.com
 - 3. ns3.tupakkalakko.comMikäli et itse pysty vaihtamaan nimipalvelimia, ota yhteyttä domainisi myyjään ja pyydä tekemään vaihto.
- Ilmoita kotisivujesi nykyinen osoite sekä domainisi Tukifoorumille [tähän](#) ketjuun
- Odota ylläpidon toimenpiteitä. Domainin aktivoinnissa voi kestää päiviä, joten ole kärsivällinen.

Lisäohjeita [Tukifoorumilla](#)

Uusi domain

http:// /

☐ Kotisivun päädomain

Kuva 7 Oma domain (hakupäivä 27.11.2012) <http://www.nettisivu.org>

Nettisivu.org-palvelua oppii käyttämään nopeasti. Se on selkeä ja helppokäyttöinen, eikä sen käyttö vaadi erillistä ohjelmaa tai erillistä palvelintilaa. Tukifoorumilla voi esittää kysymyksiä mihin aikaan viikosta ja vuorokaudesta tahansa.

Pulmana on se, että nettisivu.org rahoittaa toimintansa mainoksilla, joten ohjelmalla luoduilla kotisivuilla näkyy mainoksia joita käyttäjä ei pysty hallinnoimaan. Tukifoorumin mukaan ei ole myöskään mahdollista maksaa mainoksettomasta tilasta.

Olen itse tyytyväinen kyseiseen palveluun ja voisin suositella sitä Etappina Oy:lle, mikäli mainostusta ei olisi. Kappaleessa 8.4. esitellään ominaisuuksiltaan vastaava palvelu ilman mainostosongelmaa (Nettisivu.org, hakupäivä 15.9.2012).

8.2. Kotisivukone.fi

Kotisivukone.fi on kotimainen palvelu joka mainostaa kotisivujen teon olevan helppoa ja tapahtuvan jopa kymmenessä minuutissa. Palvelua saa kokeilla ilmaiseksi kahden viikon ajan, jonka jälkeen palvelun käyttö maksaa yritykselle 17,90 euroa kuukaudessa.

Hinnasto

Yksityisille	Yhdistyksille	Yrityksille
alk. 3,98 €/kk	alk. 13,90 €/kk	alk. 17,90 €/kk
vuoden laskutusjakso	vuoden laskutusjakso	vuoden laskutusjakso
6kk jakso 4,80 €/kk 3kk jakso 6,42 €/kk	6kk jakso 14,90 €/kk 3kk jakso 15,90 €/kk	6kk jakso 18,90 €/kk 3kk jakso 19,90 €/kk

Kaikki tämän sivun hinnat on esitetty ilman arvonlisäveroa. Näytä arvonlisäverolliset hinnat »

Kaikille käyttäjille peruspakettiin kuuluu:

- Erilaisia ulkoasu- ja värimalleja, joustavat sivupohjat
- Helppo ylläpitosivusto
- Selkeät, suomenkieliset käyttöohjeet ja asiakaspalvelu
- Oma verkko-osoite kotisivuille
- Palautelomake ja kävijätilastot
- 500 megatavua levytilaa kotisivuille, kuville ja muille tiedostoille

Kuva 8 Kotisivukoneen hinnasto (hakupäivä 27.11.2012) <http://www.kotisivukone.fi/hinnasto>

Lisäksi kotisivuille on mahdollista saada useita lisäominaisuuksia, jotka tosin ovat maksullisia. Esimerkiksi verkkokauppa kotisivuille maksaa 10€ kuukaudessa ja Extranet saman verran. Lisäominaisuuksia selatessa en usko, että Etappina Oy:llä olisi tarvetta niiden käyttöön.

Kotisivukoneen asiakastuki on erittäin kattava ja sieltä löytää hyvin todennäköisesti vastauksen ongelmiinsa. Ohjeet ovat selkeitä ja etenevät vaihe vaiheelta. Asiakastukeen liittyy myös foorumi, josta voi hakea apua milloin tahansa.

Liitteissä on kuva näkymästä, minkä palvelun käyttäjä saa eteensä aloittaessaan kotisivujen teon (liite2).

Palvelu opastaa miten sivuja muokataan, mikä on todella kätevä ominaisuus varsinkin ensimmäisiä kotisivuja tehdessä. Teemoja ja ulkoasua pääsee muokkaamaan helposti ja monipuolisemmin kuin Nettisivu.orgissa. Myös omaa CSS:ää voi käyttää. (Liite 3)

Sivustolle saa myös helposti käyttöönotettavan yhteydenottolomakkeen.

Kuva 9 Lomakkeiden hallinta (hakupäivä 28.11.2012) <http://www.kotisivukone.fi>

Sivuille voi myös saada oman domain nimensä käyttöön ilmaiseksi, mikäli sellaisen on jo hankkinut. Domain nimen voi myös ostaa Kotisivukoneelta.

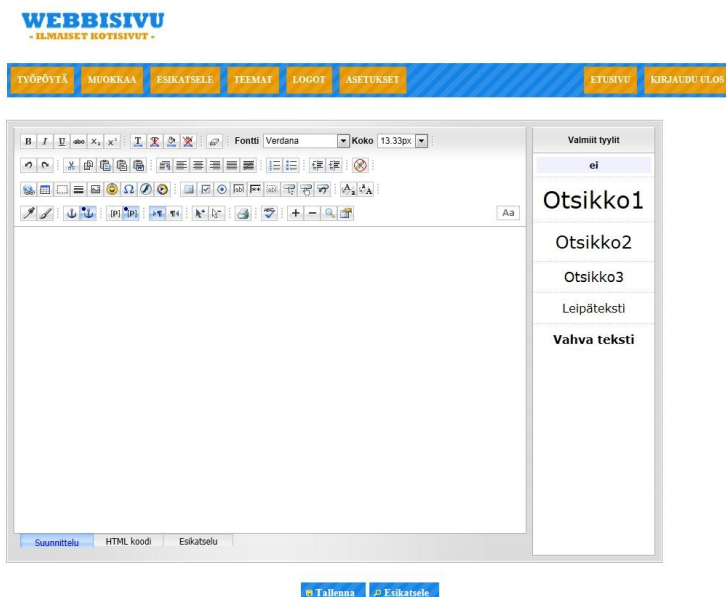
Voin suositella palvelua Etappinalle. Se on kattava ja sopii yrityskäyttöön ominaisuuksiltaan. Myös sopimusehdot ovat selkeät (Kotisivukone.fi, hakupäivä 23.11.2012).

8.3. Webbisivu.com

Webbisivu.com on ilmainen kotisivupalvelin. Se ei ensi näkemältä luo kovin luotettavaa kuvaa, sillä vaikuttaa lähinnä sekavalta. Palvelu on sekä ominaisuuksiltaan että ulkoasultaan jäänyt vuosien taakse. Sivujen luominen on erittäin yksinkertaista; ei tarvitse muuta kuin keksiä nimi ja antaa sähköpostiosoite ja salasana. Uusien sivujen tekeminen ei vaadi käyttäjältään paljoa taitoa, eikä palvelusta juurikaan löydy eri ominaisuuksia. Teemoja sivustolle voi lisätä kuka tahansa käyttäjä, jonka myötä lopputulos on hyvin sekava. Voisi sanoa, että uuden sivun luominen muistuttaa lähinnä vieraskirjaa. Käyttöliittymä on kaikin puolin hyvin pelkistetty. Lisäksi palvelun käyttöehdotkin ovat vain muutaman kappaleen mittaiset.

Useimmat tällä palvelulla tehdyt sivustot vaikuttavat jääneen kokeiluasteelle tai ovat hyvin pelkistettyjä ja sekavia. Haulla löytyy muunmuassa useita virtuaalitalleja, mitkä tunnetusti ovat yleensä ala-asteikäisten tekemiä.

En suosittele tätä palvelua yrityskäyttöön, sillä se vaikuttaa erittäin harrastelijamaiselta ja on ominaisuuksiltaan suppea. Harrastelijamaisuudesta kielii muunmuassa kyseisellä palvelulla tehdyt sivut sekä yleinen käyttöliittymän kömpelyys (Webbisivu.com, hakupäivä 23.11.2012).



Kuva 11 Webbisivu.comin sivun luonti-osio (hakupäivä 28.11.2012)
<http://webbisivu.com/>



Kuva 10 Webbisivu.comin sivun muokkaus-osio (hakupäivä 28.11.2012)
<http://webbisivu.com/>

8.4 Kotisivuni.org

Kotisivuni.org lupaa helpon ja nopean tavan tehdä kotisivuja. Hintaa palvelulla on yritykselle 49€ vuodessa 100MT:n tilalla. Koodaamistaitoa ei tarvita. Palvelun käyttöä voi kokeilla ennen paketin ostamista demosivuston avulla. Yhteydenotto palvelun toimittajaan Lakeuden Verkkomediaan vaikuttaa asialliselta. Lisää luotettavuutta palvelulle luo Lakeuden Verkkomedian mainittu Y-tunnus. Ominaisuusluettelo on kattava ja sisältää myös palautelomakkeen.

Sivusto käyttää Wordpressiä kuten myös aiemmin esitelty Nettisivu.org, eli toimii samalla tavalla. Kts. esittely kappaleesta 8.1.

Muiden palveluiden hinnat:

Palvelut	Hinta
Verkkotunnukset (COM, NET tai INFO)	15€ / vuosi
Verkkotunnus (FI)	30€ / vuosi
Nimipalvelimet (jos rekisteröit itse verkkotunnuksen)	6€ / vuosi
Lisäkäyttäjä kotisivuille	12€ / vuosi
Sisällön lisäys. Asiakas toimittaa tekstit sekä kuvat/tiedostot ja lisäämme ne sivuillesi. (max. 10 sivua ja 20 kuvaa)	29€
Ulkoasun muokkaus. Muokkaamme palvelussamme olevat ulkoasut asiakkaan toiveiden mukaisesti (värit, fontit, kuvat, sivupalkit jne.). Asiakas toimittaa ulkoasuun mahdollisesti lisättävät kuvat/logon.	69€

Kuva 12 Muiden palveluiden hinnat (hakupäivä 29.11.2012) <http://kotisivuni.org/hinnasto/>

Listaus Kotisivukoneen tarjoamista palveluista:

- Oma osoite tunnus.kotisivuni.org (vaihtoehtoisesti voi hankkia oman verkkotunnuksen esim. www.yritys.com)
- Monipuolisesti muokattavat ulkoasut (mm. taustakuva, värit, kuvat, fontit, linkit, sivupalkit, valikot, otsikot jne jne..)
- Sivupalkin täydellinen muokkaus
- Helppokäyttöinen kotisivueditori
- Blogi + vierailijoihdesi kommentoinnit
- Rajaton määrä sivuja

- Rajaton määrä blogimerkintöjä
- Ajastettu julkaisu
- Salasanasuojattu sisältö
- Kuvanlataukset (100 megatavua, laajennettavissa tarpeen mukaan)
- Vieraskirja
- Kyselyt
- Palautelomake (erittäin monipuolinen)
- Kuvagalleria
- Kalenteri
- Youtube-videot
- Sosiaalisen median jakonapit
- Tilastoinnit (Google Analytics)
- Hakukoneoptimoitu sivustorakenne
- Hakukoneoptimoitu HTML-koodi
- Ystävällinen asiakaspalvelu

Tällä palvelulla saa luotua laadukkaat sivustot, ja suosittelen tätä palvelua Etappina Oy:lle. Ominaisuudet ovat laajat, käyttö helppoa ja palvelu on muutenkin sopiva yrityskäyttöön. Mainosvapauden ansiosta Kotisivuni.org on kaltaistaan Nettisivu.orgia parempi. (Kotisivuni.org, hakupäivä 19.11.2012)

8.5 Suntuubi.com

Suntuubi on ilmainen kotisivupalvelin, joka on perustettu vuonna 2006. Palvelu on kuitenkin jäänyt muutaman vuoden takaiseen asuunsa, mikä ei anna palvelusta luotettavaa kuvaa. Sivusto on sekava heti etusivusta alkaen.

Palvelusta:

- Palvelu on ilmainen ja sisältää 5 ilmaista lisäominaisuutta*
- Palvelu sisältää 40 Mt kotisivutilaa
- Käyttäjän verkko-osoite on muodossa: *****.suntuubi.com
- Palvelussa on valittavissa kymmeniä valmiita sivupohjia
- Tekstien muokkaaminen ja kuvien lisääminen tapahtuu helppokäyttöisellä editorilla
- Palvelussa on suomenkieliset käyttöohjeet, käyttöliittymä ja tukipalvelut

*lisäominaisuuksiin kuuluu muunmuassa kävijätilastointi, kuvagalleria ja vieraskirja.

Palveluun saa maksua vastaan yhdistettyä oman .fi-tunnuksen. Maksaessa siitä saa myös mainosvapaan.

Uskon palvelun voivan toimia yksityiskäyttäjälle joka ei vaadi siltä paljoo, mutten lähtisi käyttämään palvelua yrityskäyttöön. Palvelu on sekava ja sen ominaisuudet ovat vähäiset. (Suntuubi.com, hakupäivä 19.11.2012)

9 POHDINTA

Sain opinnäytetyöni aiheen kesän 2012 harjoittelupaikasta Etappina Oy:stä. Aihe on melko tavanomainen, mutta kiinnosti minua ammatillisesti ja sopi koulutusohjelmasuuntautumiseeni. Aihe on lisäksi ajankohtainen, sillä nykyään lähes kaikilla yrityksillä on kotisivut ja useat yritysten toiminnot suoritetaan internetissä. Koin saavani opinnäytetyöprosessista hyötyä tulevaisuutta varten.

Opinnäytetyöprosessini vastasi alussa tehtyä toteutussuunnitelmaa, mutta kehittyi kuitenkin prosessin aikana. Aikataulussa pysyttiin.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selventää kirjallisesti pienyrityksen kotisivujen käyttöönoton vaiheita ja haasteita. Mielestäni tässä on nyt selkeä paketti, mistä ilmenee pääkohdat kotisivujen perustamiseen. Teksti on melko yleistä, sillä onhan aihekin tavanomainen. On kuitenkin hyödyllistä, että samasta tekstistä löytyy nämä kaikki pääkohdat, eikä niitä tarvitse etsiä eri lähteistä.

Kotisivuohjelmien vertailussa päädyin siihen lopputulokseen, että paras vaihtoehto Etappina Oy:n kotisivuohjelmaksi on joko Kotisivukone.fi tai Kotisivuni.org. Molemmat sopivat yrityskäyttöön, sillä ne ovat luotettavia, asianmukaisia ja ominaisuuksiltaan kattavia. Luotettavuuden puolesta puhuu muun muassa selkeä ja kattava käyttöehtosopimus. Molempien palveluiden käyttö maksaa, mutta maksullisuus takaa mainosvapauden. Asianmukaisia ovat myös asiakastuki ja ohjeistukset. Nettisivu.org on kyllä ominaisuuksiltaan Kotisivuni.org-palvelua vastaava, mutta koska palvelu rahoitetaan kotisivuilla näkyvillä mainoksilla, en suosittele sitä yrityskäyttöön. Sivustolla näkyviin mainoksiin käyttäjä ei voi vaikuttaa. Suntuubi.com ja Webbisivu.com vaikuttivat puolestaan epäluotettavilta ja vanhanaikaisilta. Tämä käsitys syntyi jo sivujen yleisestä ulkoasusta. Lisäksi kyseisten sivustojen ominaisuudet olivat todella suppeat ja käyttöliittymä yleisesti heikkolaatuinen. Myös ohjeistus ja käyttöehdot olivat olemattomia.

Alun perin aikomuksena oli tehdä kirjallisen osion lisäksi luonnos Etappina Oy:n kotisivuista jollain opinnäytetyössä esitellyllä ohjelmalla, mutta tämä jätettiin pois, sillä opinnäytetyöstä olisi muuten tullut turhan laaja. Suosittelen kuitenkin Etappina Oy:tä harkitsemaan haluavatko he vaihtaa kotisivuohjelmaansa. Lisäksi toivon tästä opinnäytetyöstä olevan jatkossa hyötyä omien kotisivujen perustamista suunnitteleville pienyrityksille, Etappina Oy mukaan lukien.

Toimeksiantajan kanssa on pidetty prosessin aikana yhteyttä ja heidän ideansa ja näkemyksensä on otettu huomioon tekstiä kirjoittaessa. Lisäksi on hyödynnetty ohjaavan opettajan asiantuntemusta. Opintojeni aikana saamani koulutus auttoi suuresti opinnäytetyön tekemisessä.

LÄHTEET

Analytics.fi. 2011. Mitä on webanalytiikka? Hakupäivä 14.11.2012.
<http://www.analytics.fi/mita-on-web-analytiikka/>

Arstila, A. Sulava Oy. 2012. Pilvipalvelut: Kymmenen kysymystä, joita et ole koskaan kehdannut kysyä. Hakupäivä 20.9.2012. <http://www.sulava.com/2012/04/pilvipalvelut-kymmenen-kysymysta-joita-et-ole-koskaan-kehdannut-kysya/>

Elite Online. 2011. Internetsivujen ulkoasun suunnitteluun kannattaa panostaa. Hakupäivä 29.10.2012. <http://www.kotisivutyryykselle.fi/internetsivujen-ulkoasun-suunnitteluun-kannattaa-panostaa>

Google Inc. 2012. Verkkovastaavan ohjeet: Suositellut käytännöt, joiden avulla Google löytää, indeksoi ja lisää sivustosi hakemistoonsa. Hakupäivä 20.9.2012.
<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=fi&answer=35769>

Google Inc. 2012. Captcha. Hakupäivä 22.11.2012
<http://www.google.com/recaptcha/captcha>

Google Inc. 2012. Google AdWords. Hakupäivä 11.12.2012.
<http://www.google.fi/ads/adwords/?sourceid=awo&subid=fi-fi-ha-aw-bkhp0~19653143575&gclid=COfaiO6qkrQCFS56cAodHGoAKQ>

Jyrkinen. 2011. Internetmarkkinointi. Hakupäivä 17.10.2012.
<http://www.jyrkinen.fi/internetmarkkinointi.html>

Korpela J. 2011. Tekijänoikeus: vastauksia usein esitettyihin kysymyksiin. Hakupäivä 1.10.2012. <http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/tekoik/index.html>

Korpela, J. 2009. Websivujen tekeminen ja web muutoinkin. Hakupäivä 18.9.2012.
<http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/wwwfi.html>

Kotisivukone.fi. 2012. Kotisivupalvelin. Hakupäivä 23.11.2012.
<http://www.kotisivukone.fi/>

Kotisivukoulu. 2011. Mitä hyviltä kotisivuilta tulisi löytyä? Hakupäivä 11.12.2012.
<http://www.kotisivukoulu.fi/blogi/2011/04/11/64/?page2>

Kotisivuni.org. 2012. Kotisivupalvelin. Hakupäivä 19.11.2012. <http://kotisivuni.org/>

Lepola, S. 2011. HTML-metatiedot. Hakupäivä 11.11.2012.
<http://sauli.lepola.info/2010/html-metatiedot.html>

Markkinointia.fi, Sosiaalinen media. 2012. Hakupäivä 1.10.2012.
<http://www.markkinointia.fi/markkinointi-20/markkinoinnin-muutos/uudet-valineet/sosiaalinen-media.html>

Markkinointia.fi, Sosiaalinen media. 2012. Hakupäivä 1.10.2012.
<http://www.markkinointia.fi/markkinointi-20/digitaalinen-maailma/sosiaalinen-media.html>

Mustonen J. 2011. "Muuttaako pilveen?" : Tutkimus pilvipalveluista ja niiden sopivuudesta pienille ja keskisuurille ICT-alan yrityksille. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Mvnet. 2009. Ulkoasu kotisivuille. Hakupäivä 29.10.2012.
http://www.mvnet.fi/index.php?osio=Kotisivun_teko&sivu=Ulkoasu_kotisivuille

Nebula Oy. 2012. Webhotellit. Hakupäivä 18.9.2012.
<https://www.nebula.fi/palvelut/pilvipalvelut/webhotellit>

Netello Systems Oy. 2012. Domainohjeet. Hakupäivä 18.9.2012.
<http://www.domainpalvelut.com/ohjeet.html>

Nettisivu.org. 2012. Kotisivupalvelin. Hakupäivä 15.9.2012. <http://nettisivu.org/>

Nikulainen K. 2008. Sosiaalinen media pelottaa ja kiinnostaa yrityksiä. Hakupäivä 1.10.2012. <http://www.itviikko.fi/talous/2008/10/24/sosiaalinen-media-pelottaa-ja-kiinnostaa-yrityksia/200827826/7>

The Omni Group. 2012. Hakupäivä 11.12.2012. <http://www.omnigroup.com/>

Palosaari J. 2011. Internet markkinoinnin ja mainonnan työkaluna. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Metsätalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Planeetta Internet Oy. 2012. Planeetta palvelin – rakenna oma pilvi palvelin. Hakupäivä 18.9.2012. <http://www.planeetta.net/palvelin/>

Raittila, A. 2011. Hakukoneoptimointi lyhyesti. Hakupäivä 1.10.2012. <http://nettibisnes.info/hakukoneoptimointi/>

Really Helsinki. 2012. Hyvät kotisivut ovat markkinoinnin perusedellytys. Hakupäivä 15.10.2012. <http://www.reallycms.fi/blogi/2010/05/25/hyvät-kotisivut-markkinoinnin-perusedellytys/>

Suntuubi. 2012. Kotisivupalvelin. Hakupäivä 19.11.2012. <http://www.suntuubi.com/>

Tekijanoikeus.fi. 2012. Hakupäivä 1.10.2012. <http://www.tekijanoikeus.fi/>

Tulos. 2012. Hyödynnä sivustosi sisäänheittäjät: title ja metadescription. Hakupäivä 11.11.2012. <http://www.tulos.fi/artikkelit/hyodynnna-sivustosi-sisaanheittajat-title-ja-meta-description/>

Valkeinen, S. 2011. Mental27, aloitusopas. Hakupäivä 18.9.2012. <http://www.mental27.net/artikkelit/aloitusopas/>

Valkeinen, S. 2011. Mental27, aloitusopas. Hakupäivä 22.11.2012
[1http://www.mental27.net/artikkelit/kuinka-suojaudun-roskapostilta/](http://www.mental27.net/artikkelit/kuinka-suojaudun-roskapostilta/)

Valkeinen S. 2011. Tekijänoikeuksista kotisivujen yhteydessä. Hakupäivä 1.10.2012. <http://www.mental27.net/artikkelit/tekijanoikeuksista-kotisivujen-yhteydessa/>

Viestintävirasto. 2012. FI-tunnus. Hakupäivä 18.9.2012. <https://domain.fi/info/>

Vilkas Group. 2012. Voinko lisätä sivuille metatageja hakukoneoptimoinnin parantamiseksi. Hakupäivä 11.11.2012. <http://www.vilkas.fi/Tuki/Markkinointi/Voinko-lisata-sivuille-meta-tageja>

Wuorisalo, J. 2009. Mistä on hyvät kotisivut tehty? Hakupäivä 18.9.2012.
<http://www.really.fi/blog/2009/04/09/mista-on-hyvat-kotisivut-tehty/>

Webbisivu.com. 2012. Kotisivupalvelin. Hakupäivä 23.11.2012. <http://webbisivu.com/>

Ohjausnäkymä

Media

Linkit

Sivut

Ulkoonasu

Lisäosat

Profiili

Työkalut

Asetukset

Palautelomake II

Vieraskirja

Fläda valikko

Contactform7.com Docs - FAQ - Support

Palautelomake II

Contact form 1 Tee uusi lomake

Contact form 1

Kopioi Tämä koodi ja lisää se sivullesi

Contact form 1

id="15" title="Contact form 1"

Kopioi

Poisto

Tallenna

Lomake

Lisää kenttiä

<p>Nimi (vaaditaan)</p>

[text: nimi] <p>

<p>Sähköposti (vaaditaan)</p>

[email: email] <p>

<p>Aihe </p>

[text: viestin-aihe] <p>

<p>Viesti </p>

[textarea: viesti] <p>

<p>Juoim "Lähetä" </p>

Sähköpostilla lähetettävät tiedot

Vastaanottaja:

[nimi] <[email]>

Aihe: [viestin-aihe]

Viesti:

[viesti]

...

Tämä viesti on lähetetty palautelomakseen kautta sivulta http://nettisivu.org

Liitedostot

Sähköpostilla lähetettävät tiedot, myös toiseen sähköpostiin
<input type="checkbox"/> Käytä sähköpostia(2)

Viestit
Viesti lähetettiin onnistuneesti Viestisi lähetettiin onnistuneesti. Kiitos yhteydenotosta!
Viestin lähetys epäonnistui Viestin lähetys epäonnistui. Yritä hetken kuluttua uudelleen tai ota yhteyttä muuta kautta.
Viestissä oli virheitä Viestistä löytyi virheitä. Ole hyvä ja tarkista kentät ja yritä lähetystä uudelleen.
Lähettäjän tulee hyväksyä ehdot. Ole hyvä ja hyväksy ehdot jatkaaksesi.
Virheellinen sähköpostiosoite Sähköpostiosoite vaikuttaa virheelliseltä.
Pakolliset kentät Täytä vaaditut kentät.
Akismet havaitsi roskapostia Viestin lähetys epäonnistui. Ole hyvä ja ota yhteyttä muulla keinolla.
Annettu koodi ei vastaa CAPTCHA-koodia Antamasi koodi on virheellinen.
Kysymykseen annettu vastaus ei ole oikea. Väärä vastaus

Lisäasetukset
<div></div>

